



Campaña Informativa acerca de los Servicios de la Fundación Pediátrica Guatemalteca en el departamento de Guatemala

**Proyecto de Graduación presentado por:
Lidia Cristina Villalta Rodas**

**Para optar al Título:
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO**

Guatemala de la Asunción, Mayo 2,011





Campaña Informativa acerca de los servicios de la Fundación Pediátrica Guatemalteca en el departamento de Guatemala



Guatemala de la Asunción, Octubre 2,010



Proyecto de Graduación presentado por:
LIDIA CRISTINA VILLALTA RODAS

Para optar al Título de:
LICENCIADA EN DISEÑO GRÁFICO





Nómina de Autoridades

JUNTA DIRECTIVA DE LA FACULTAD DE ARQUITECTURA

DECANO: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo

Vocal I: Arquitecto Sergio Mohamed Estrada Ruíz

Vocal II: Arquitecto Efraín de Jesús Amaya Caravantes

Vocal III: Arquitecto Carlos Enrique Martini Herrera

Vocal IV: Br. Jairon Daniel del Cid Rendon

Vocal V: Br. Nadia Michelle Barahona Garrido

Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón

Directora de la Escuela de Diseño Gráfico: Licenciada María Emperatriz Pérez

TRIBUNAL EXAMINADOR

DECANO: Arquitecto Carlos Enrique Valladares Cerezo

Secretario: Arquitecto Alejandro Muñoz Calderón

Licenciado Fernando Fuentes

Licenciada Emperatriz Pérez

Licenciado Alejandro Urizar

ASESORES:

Licenciado Fernando Fuentes Asesor Metodológico

Licenciada Emperatriz Pérez Asesora Gráfica

Licenciado Alejandro Urizar Asesor Gráfico



Agradecimientos

A Dios

Por Nunca abandonarme, por guiarme en el transcurso del camino y no dejar que perdiera la ilusión y la convicción de llegar a la meta. Por estar en todos los momentos de mi vida y enviarme las señales correctas.

A mis Padres

Por apoyarme siempre, por ser mis guías y respetar mis decisiones, aunque no siempre fueran las más acertadas. Por permitirme aprender que todo en la vida requiere de esfuerzo. Gracias por su amor y paciencia, por ser mi ejemplo y llenar mi ser de valor, fe y sabiduría.

A mis Hermanos

Por su apoyo, por su ayuda. Por ser esas personas tan especiales que han estado en mi vida y representan tantas cosas importantes para mí.

A mi Abuelita

Por confiar en mí siempre, por nunca dudar de que puedo lograr lo que me propongo, por ponerme siempre en las manos de Dios. Por trasmitirme su sabiduría de la vida y apoyarme siempre.





A mis Amigos

Rocío López (GM), gracias por ser un gran apoyo, por demostrarme el valor de la lealtad y de la incondicionalidad. Por motivarme a continuar y no dejarme sola en ningún momento.

Alejandra Mancilla (nita), gracias por enseñarme que la nobleza y la templanza son valores realmente importantes en la vida. Por nunca decirme no, por ayudarme siempre a ser alguien mejor.

Izabel Jerez (Chabe), gracias por tu ayuda y apoyo, por enseñarme a ser dedicada y estar conmigo todo el tiempo y en todo momento, por enseñarme que ayudar a los demás te da satisfacciones que no tienen precio.

Victor Camposano (Vic), gracias por enseñarme que todo tiene una solución y que es válido no acertar siempre pero que siempre debemos aprender algo. Por ser único e incondicional.

Billy Meléndez, gracias por estar desde el principio y porque sé que llegarás al final. Por tenerme fe y demostrarlo de esa forma tan especial que tienes. Gracias por enseñarme que todo en la vida es el resultado de nuestro esfuerzo y que el conocimiento no sirve de nada si no lo transmitimos.





Presentación

En este proyecto de graduación se presentan los resultados de la investigación realizada en Fundación Pediátrica Guatemalteca, con el objetivo de proveerle de una campaña para dar a conocer las unidades con las que cuenta dentro del área metropolitana al servicio de la población.

Se presenta el planteamiento y la forma de implementación de una campaña informativa que recauda, verifica y analiza la información necesaria para lograr transmitir el concepto gráfico e informativo a la población objetivo que se define mediante un estudio demográfico y situacional. Dentro de este documento también se encuentra cada uno de los elementos gráficos necesarios para llevar a cabo la campaña informativa sustentados por su previa evaluación.



Índice





Capítulo I

Notas Introdutorias

Antecedentes	12
Perfil del Cliente	13
Problema	15
Justificación	16
Obejtivos	18
Grupo Objetivo	19

Capítulo II

Marco Contextual

Análisis Situacional	22
Perfil Demográfico	23
Perfil Psicográfico	23
Dimensión Estratégico-Operativa	25
Estrategias de Comunicación	26





Capítulo III

Marco Teórico

Concepto Creativo	30
Método Creativo	31
Psicología del Color	32
Códigos de Diseño	35
Proceso d Bocetaje: Primer Nivel	36
Segundo Nivel de Graficación	37

Capítulo IV

Validación

Proceso de Validación	44
Gráficas	46
Interpretación de Datos	54





Capítulo V

Propuesta Final

Elementos Icónicos 56

Elementos Lingüísticos 61

Elementos Tipográficos 62

Elementos Cromáticos 63

Resultados 75

Especificaciones 76

Conclusiones 77

Recomendaciones 78

Anexos

Glosario 80

Bibliografía 83

Imprímase 85



Antecedentes

La institución fue constituida por iniciativa de un grupo de médicos y otros profesionales guatemaltecos, quienes no podían permanecer indiferentes ante el sufrimiento de los niños. Totalmente inmersos en la situación precaria en el área de salud infantil, dada su experiencia y práctica profesional y conscientes de que la vida de los niños no podía depender de una infraestructura elemental, este grupo de guatemaltecos advirtió la gran necesidad de realizar un cambio a nivel institucional.

El primer proyecto valioso para iniciar dicho cambio fue la “Unidad para niños quemados”, unidad que pretendía instalarse en dos hospitales públicos localizados en la ciudad de Guatemala (Hospital Roosevelt y San Juan de Dios). Sin embargo, solamente en el Hospital San Juan de Dios se inició la misma.

Durante el desarrollo del proyecto se determinó que la remodelación del departamento pediátrico del Hospital San Juan de Dios no sería suficiente, debido a que los problemas de salud de todo el país debían ser enfrentados por medio del establecimiento de un Hospital Pediátrico de Especialidades (Hospital de Niños).

El Hospital de Niños se convirtió entonces en el objetivo primordial y fue la razón que motivó al grupo de médicos guatemaltecos para crear la Fundación Pediátrica Guatemalteca.

De esa forma, Fundación Pediátrica Guatemalteca fue inaugurada el 22 de octubre de 1984, como una institución privada, no lucrativa, orientada a la prevención, tratamiento y rehabilitación de aquellos niños, adolescentes y mujeres en edad reproductiva que requieran sus servicios. La Fundación adquirió su personalidad jurídica de conformidad con la legislación No. 767-85, el 29 de agosto de 1985.

La Fundación Pediátrica cuenta con 24 años de experiencia en proveer servicios quirúrgicos, médicos y otros de carácter integral a la población materno-infantil guatemalteca de escasos recursos, así como los niños de la calle a través de programas relacionados con el desarrollo integral de las personas, teniendo como base fundamental la excelencia.

Como parte de su trabajo, la Fundación Pediátrica Guatemalteca coordina las actividades con no menos de 26 equipos de trabajo cada año, quienes viajan desde Estados Unidos de América y otros países a Guatemala con el objeto de contribuir con las necesidades de los niños en materia de servicios quirúrgicos especializados.

Debido a que los casos que se tratan son bastante complejos, dentro de los casos y diagnósticos que se presentan se encuentran:

Quemaduras

Prótesis de pierna

Prótesis de ojos

Prótesis de brazo

Problemas del corazón

Respiración implante del nervio ciático

Malformación linfática en el cuello

Escoliosis

Craniofaringioma

Actualmente, la Fundación Pediátrica cuenta con varias unidades, las cuales son las que se necesitan dar a conocer, entre las unidades y sus funciones encontramos:

UNIDAD PEDIÁTRICA: Tiene como función recibir por primera vez a los niños y niñas, a quienes se les da atención en salud y seguimiento clínico correspondiente.

UNIDAD DE ODONTOLOGÍA: Atiende a guatemaltecos, especialmente de la población materno-infantil, con la finalidad de favorecer el cuidado de la salud oral.

Perfil del Cliente

UNIDAD DE REHABILITACIÓN: Presta servicios integrales y una nueva esperanza a los niños discapacitados de Guatemala.

UNIDAD DE PSICOLOGÍA: Presta atención personalizada, enfocada al bienestar emocional de las personas, implementando de una forma especial y diferente programas especiales para niños, realizando talleres de terapias individuales y de grupo con el propósito de mejorar los niveles de vida tanto personal como social.

UNIDAD DE OFTANMOLOGÍA: Con el ánimo de extender su cobertura en el área médico-quirúrgica oftalmológica a la población guatemalteca de todas las edades.

UNIDAD DE GINECO-OBSTETRICIA: Con el fin de proporcionar un servicio integral que, además de dar cobertura a mujeres de todas las edades, también brinde atención a futuras madres durante la gestación y el parto, la Fundación ha creado la unidad de Gineco-Obstetricia.



Fundación Pediátrica Guatemalteca



Dirección: 4a. Avenida 1-47 Zona 1
Guatemala, Guatemala, C.A
Teléfono: (502) 2285-3900
Fax: (502) 2285-3910
Página Web:
fundacionpediatricaguatemalteca.org

Misión

Prestar servicios sociales especializados de salud y educación de forma integral a la población materno-infantil con calidad y excelencia.

Visión

Ser la institución privada, no lucrativa, de alto prestigio a nivel nacional e internacional, por su liderazgo y estándares de calidad en la prestación de servicios especializados en salud y educación a la población materno-infantil.

Valores

INTEGRIDAD
HONESTIDAD
LEALTAD
RESPONSABILIDAD
RESPETO POR LA VIDA



Problema

Fundación Pediátrica Guatemalteca por más de 24 años ha contribuido a brindar servicios y tratamientos a niños, niñas y personas guatemaltecas. Pues además de tener como función primordial el área pediátrica, también cuenta con más unidades de servicios, hasta ahora desconocidos por los guatemaltecos, limitando así el acceso a dichos servicios.

Es por ello que surge la necesidad del desarrollo de una campaña informativa, que dé a conocer estos servicios dentro de la población guatemalteca capitalina, para que puedan hacer uso de los mismos, así como obtener un beneficio para aquellas personas que realmente lo necesitan. Algunos de estos servicios son gratuitos y otros tienen un costo menor que otras instituciones.



Identificación del Problema

Se contactó a la Directora de relaciones públicas y mercadeo de Fundación Pediátrica Guatemalteca, la Sra. Mónica Molina, para recabar información sobre algunas de las necesidades gráficas de la institución.

En la reunión se hizo evidente diversidad de factores gráficos con los que la Fundación no cuenta en la actualidad y son importantes para cualquier entidad institucional, uno de estos requerimientos es una campaña publicitaria para hacer del conocimiento de la población los servicios con los que se cuenta dentro de la institución.



Justificación

Magnitud

Por ser una campaña informativa, siendo una de las primeras en realizarse para la Fundación Pediátrica Guatemalteca, se pretende abarcar únicamente el departamento de Guatemala, pues se corroboraría su efectividad para lanzarla a nivel nacional.

Llegaría a todas aquellas familias habitantes en el departamento de Guatemala, que presenten la necesidad de la utilización de los servicios de la Fundación Pediátrica Guatemalteca.

Trascendencia

Al promover la información se pretende beneficiar a todos aquellos niños, niñas, jóvenes, mujeres y hombres guatemaltecos que realmente presenten una salud precaria y poseen escasos recursos.

Por ende contribuye a la promoción de una labor social con aquellos guatemaltecos y guatemaltecas que presentan una mayor sensibilidad dentro del ámbito de la salud y escasez económica.

Además de contribuir a la reducción de la tasa de mortalidad por las diferentes enfermedades que gracias a la campaña, podrán ser evitados o reducidos.

Gráficamente, la simplicidad y el manejo de imágenes pueden llegar a plantear una estandarización en cuanto a las regularizaciones de campañas próximas que la Fundación Pediátrica Guatemalteca pueda llegar a lanzar.

Vulnerabilidad

Como futura profesional se establece los criterios estratégicos como funcionales de tomar en cuenta las especificaciones y necesidades del grupo objetivo, para la creación y desarrollo de una campaña eficaz. Puesto que se tiene en cuenta la trascendencia y la magnitud de la misma.

Así como ya dentro del ámbito gráfico, el buen manejo y selección de imágenes, como de elementos complementarios que contribuyan a la creación de una identidad de campaña. Específicamente se desea lograr esa unidad entre la campaña y la Fundación Pediátrica Guatemalteca, estableciendo la creación de una imagen en los guatemaltecos, acerca de la Fundación.

Factibilidad

A través de Fundación Pediátrica Guatemalteca, se cuenta con el apoyo para que esta campaña se realice, puesto que los ideales altruistas concuerdan con los señalamientos de la realización de un proyecto de Diseño Gráfico, que es contribuir de alguna forma a la retribución social guatemalteca. Se proyecta lanzar esta campaña en el año 2011, con la duración de 4 meses.



Objetivos

Objetivo General

Diseñar una campaña publicitaria de carácter informativo donde se den a conocer los servicios y unidades que se encuentran a disposición de la población guatemalteca en las instalaciones de Fundación Pediátrica Guatemala.

Objetivos Específicos

Establecer los fundamentos estratégicos determinantes, para la respectiva planeación y efectividad de la campaña.

Diseñar las piezas gráficas necesarias donde se dé a conocer los servicios de Fundación Pediátrica Guatemala.

Mantener dentro de la línea de diseño, elementos que se complementen entre sí y que tengan caracteres que las personas puedan relacionar con la Fundación Pediátrica Guatemala.

Desarrollar una unificación visual, que mantenga una correspondencia directa con todas las piezas gráficas a emplearse, congruente con los objetivos propuestos.



Grupo Objetivo

Familias guatemaltecas capitalinas (compuestas por madre padre e hijos, o madre e hijos o padre e hijos).

Nivel socioeconómico: C- .

Grupo étnico: ladinos e indígenas.

Escolaridad: nivel medio, educación secundaria.

Ocupaciones: personas que poseen uno o dos trabajos, que en su mayoría representan trabajos de mano de obra o servicio al cliente. Cuyos hijos estudian en escuelas públicas.



Grupo Objetivo

Emplean en su mayoría el transporte urbano, puesto que carecen de vehículo propio. Y por lo general alquilan un cuarto o una casa, puesto que no cuentan con una casa propia.

Dentro del propósito y las actividades principales que tiene Fundación Pediátrica Guatemalteca se encuentra que a través de programas especiales une a los pacientes guatemaltecos y los medios extranjeros para buscar una solución a los problemas de salud que por una o por otra razón no pueden ser solucionados en nuestro país.



Capítulo II

Marco Contextual



Análisis Situacional

En la actualidad, la mayoría de personas consideran que Fundación Pediátrica Guatemalteca es una entidad que solamente da atención médica a menores, por lo que desconocen el resto de los servicios que presta, lo cual conlleva a un uso inadecuado de las instalaciones. En definitiva, el problema tiene origen en que fundación aun no ha implementado la manera de dar a conocer al público el resto de sus servicios y esto también tiene mucha relación con la falta de un presupuesto económico destinado únicamente para la difusión de las características y servicios. Por ejemplo, cuando las madres de familia llevan a sus hijos a consulta médica, ellas hasta ese momento se percatan de que también existe la Unidad de Ginecología que tiene como función primordial tratar enfermedades en las mujeres y así también dar pautas preventivas para las mismas.

Es ante este panorama que se deberá de enfrentar la campaña a desarrollarse, buscando informar a la población de todos aquellos servicios de los cuales puede hacer uso y que en la actualidad desconoce.



contrariesgodecalle.org

contrariesgodecalle.org

Perfil Demográfico

Determinando un marco económico para los usuarios y beneficiados por Fundación Pediátrica, se determina que la mayoría de ellos son de escasos recursos, por lo cual van y buscan la intervención de Fundación Pediátrica y las opciones que ellos presentan para llevar a cabo operaciones que en otras instituciones son excesivamente caras.

Perfil Psicográfico

Al determinar el patrón del perfil psicográfico que tienen las personas que visitan y hacen uso de las instalaciones de la Fundación Pediátrica, es posible definir que: en su mayoría son mujeres que llevan a sus hijos a una consulta rutinaria en base a alguna terapia o bien mujeres que han descubierto cierto malestar en sus hijos y los llevan para un chequeo médico.

Es poca la afluencia de un público masculino a las instalaciones de pediatría de la Fundación, puesto que la mayoría de ellos trabajan en el transcurso del día, por lo que son las madres de familia quienes se encargan de atender las necesidades de los niños. Es posible observar afluencia de un público masculino en el área de psicología, donde uno de los requisitos para que los niños reciban terapias es que los padres de familia deben asistir a unos talleres para poder



ayudar a sus hijos e ir de la mano con los procesos que Fundación Pediátrica propone. Se podría decir entonces que los padres de familia que se acercan a estas instalaciones buscan de una manera el poder ayudar a sus hijos, tanto física como psicológicamente, puesto que se interesan por ellos y se encuentran en constante pendiente de sus necesidades. Todo bajo las posibilidades económicas con las que cuentan, que en la mayoría de los casos son bajas.



guatemalaempresarial.blogspot.com

Dimensión Estratégico-Operativa

Los inicios de este proyecto se fundamentan en reuniones con las Autoridades de Fundación Pediátrica Guatemalteca, en donde se expusieron las necesidades que tiene la Fundación de una campaña donde se dieran a conocer las diferentes unidades con las que se cuentan.

En la actualidad, la economía de la población guatemalteca se encuentra colapsando, por lo que es fundamental aprovechar al máximo este tipo de instituciones que prestan un gran servicio a la comunidad, ya que si se determina en un ámbito económico la facilidad que la Fundación presta a sus usuarios es sumamente factible.



Estrategias de Comunicación

Esta campaña se basa y fundamenta en las siguientes fases:

FASE DE IDENTIFICACIÓN: Se busca esa conexión entre el grupo objetivo y los diferentes elementos que se presentan en las piezas graficas, tomando fundamentalmente las fotografías de la Fundación que se observan en los afiches.

FASE DE PENETRACIÓN: En este caso es cuando ya es posible observar resultados, como por ejemplo la afluencia de personas a las diferentes unidades sin necesidad de preguntar si existen los servicios, tomando en cuenta que dentro de los propósitos de la campaña se tiene el determinar un color para cada una de las unidades. Se espera también que se acerquen a la unidad que tenga el color que lo distingue.

Las diferentes piezas que se llevarán a cabo se adecuarán a la necesidad de carácter informativo de la institución, determinando los siguientes medios:

MEDIOS IMPRESOS: Se refiere a todos aquellos medios cuya propuesta final requiera de las características para poder ser impresa, variando el color, el tamaño y el material. Teniendo en cuenta que dentro de los rasgos positivos de este tipo de medio es posible determinar la durabilidad y su legibilidad para el receptor.

Selección de Medios

Medio: **AFICHE**

Ventajas: Es de atracción visual.

Retiene la atención de muchas personas.

Logra abarcar al grupo objetivo por la ubicación donde se coloca.

Desventajas: No permanece mucho tiempo fuera de la institución.

Puede llegar a pasar inadvertido.

Justificación: Se utiliza un afiche porque garantiza que la información llegará al público objetivo.

Selección de Medios

Medio: **Banner**

Ventajas: Se puede colocar en lugares estratégicos para que el público objetivo lo vea.

Retiene la atención.

Desventajas: Tiende a ensuciarse con facilidad.

Justificación: Garantiza que la información no pase desapercibida por el tamaño de la pieza y el lugar donde se coloca.

Medio:

Botón Publicitario

Ventajas: Ayuda a la identificación de las personas encargadas de cada una de las áreas de Fundación.

Justificación: Los botones captarán la atención e identificarán al personal.

Medio: **Rótulo en PVC**

Ventajas: Funciona como identificador del lugar.

Tiene gran resistencia.

Desventajas: El costo es elevado.

Justificación: Puesto que uno de los objetivos es lograr identificar a cada una de las unidades mediante un color específico, el rótulo en cuestión debe de tener ese color para empezar a familiarizar al grupo objetivo.





Capítulo III

Propuesta Gráfica



Concepto Creativo

Es importante determinar las ideas de las cuales se partirá para definir el concepto creativo, teniendo en cuenta que es una campaña informativa se debe pensar en una idea concreta para dar a conocer al grupo objetivo el mensaje gráfico que se desea enviar.

Es necesario delimitar las cualidades que posee la Fundación Pediátrica, las cuales ayudarán a diseñar una propuesta bien fundamentada. Por ejemplo, en este caso se trabajará mucho con los colores que, dependiendo de las características de cada una de las unidades, se le darán a las piezas gráficas apoyadas por las fotografías aplicadas en los diseños.

Así mismo, se busca la identificación de cada una de las unidades mediante un icono gráfico de fácil captación visual para que este pueda ser abstraído rápidamente por el grupo objetivo.

Se determina así, ya que uno de los objetivos es proporcionar un color distintivo a cada una de las Unidades Médicas para tener una identificación visual.

Dentro de los elementos que acompañan las propuestas gráficas se encuentran los iconos diseñados para identificar cada Unidad mediante un símbolo.



Método Creativo



AZUL NEGRO CAFE
ROSA VERDE BLANCO
ROJO MORADO AZUL
BLANCO NARANJA
AMARILLO VERDE

ahdiseno.wordpress.com

El cerebro humano es muy diferente a un computador. Mientras un computador trabaja en forma lineal, el cerebro trabaja de forma asociativa así como lineal, compara, integra y sintetiza a medida que funciona.

La asociación juega un papel dominante en casi toda función mental, y las palabras mismas no son una excepción. Toda simple palabra e idea tiene numerosas conexiones o apuntes a otras ideas o conceptos.

El potencial creativo de un Mapa Mental es útil en una sesión de tormenta de ideas. Solo se tiene que comenzar con el problema básico en el centro, y generar asociaciones e ideas a partir de él hasta obtener un gran número de posibles soluciones. Al presentar los pensamientos y percepciones en un formato espacial y mediante la adición de colores e imágenes, se gana una mejor visión y se pueden visualizar nuevas conexiones.

Dadas las características de los Mapas Mentales, se define aplicarlos en la presente campaña informativa, la cual tendrá como base asociativa el COLOR.



Psicología del Color

Parece haber general acuerdo sobre el hecho de que cada uno de los colores posee una expresión específica. La investigación experimental sobre el tema no abunda. Las descripciones de Goethe de los colores constituyen todavía la mejor fuente.

No solo la apariencia de un color depende grandemente de su contexto en el espacio y en el tiempo, sería también necesario saber a qué tinte preciso se hace referencia, a qué valor de claridad, y a qué grado de saturación.

El color estimula a todos y cada uno tiene sus propias ideas sobre antipatías o simpatías, gusto o desagrado sobre aquel o este color, pero de manera general, todos percibimos una reacción física ante la sensación que produce un color, como la de frío en una habitación pintada de azul o la de calor en otra pintada de rojo.

En la psicología de los colores están basadas ciertas relaciones de estos con formas geométricas y símbolos, y también la representación Heráldica.

Los colores cálidos se consideran como estimulantes, alegres y hasta excitantes y los fríos como tranquilos, sedantes y en algunos casos deprimentes.



Psicología del Color

Color Anaranjado

Este color libera las emociones negativas, le hace sentir menos inseguro, menos penoso, más comprensivo con los defectos de los demás y le aporta ganas de perdonarlo todo.

El naranja estimula la mente, renueva la ilusión en la vida y es el perfecto antidepresivo.

Color Amarillo

El color amarillo es también un color que aporta la felicidad. Es un color brillante, alegre, que simboliza el lujo y el como estar de fiesta cada día. Se asocia con la parte intelectual de la mente y la expresión de nuestros pensamientos. Es por lo tanto, el poder de discernir y discriminar, la memoria y las ideas claras, el poder de decisión y capacidad de juzgarlo todo.

También ayuda a ser organizado, a asimilar las ideas innovadoras y aporta la habilidad de ver y comprender los diferentes puntos de vista.

Color Azul

El azul es un color fresco, tranquilizante y se le asocia con la mente, a la parte más intelectual de la mente, igual que el amarillo.

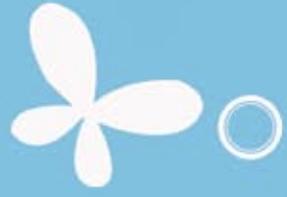
El azul representa la noche. El azul marino, nos hace sentir relajados y tranquilos, como el inmenso y oscuro mar durante la noche.

Color Rosa

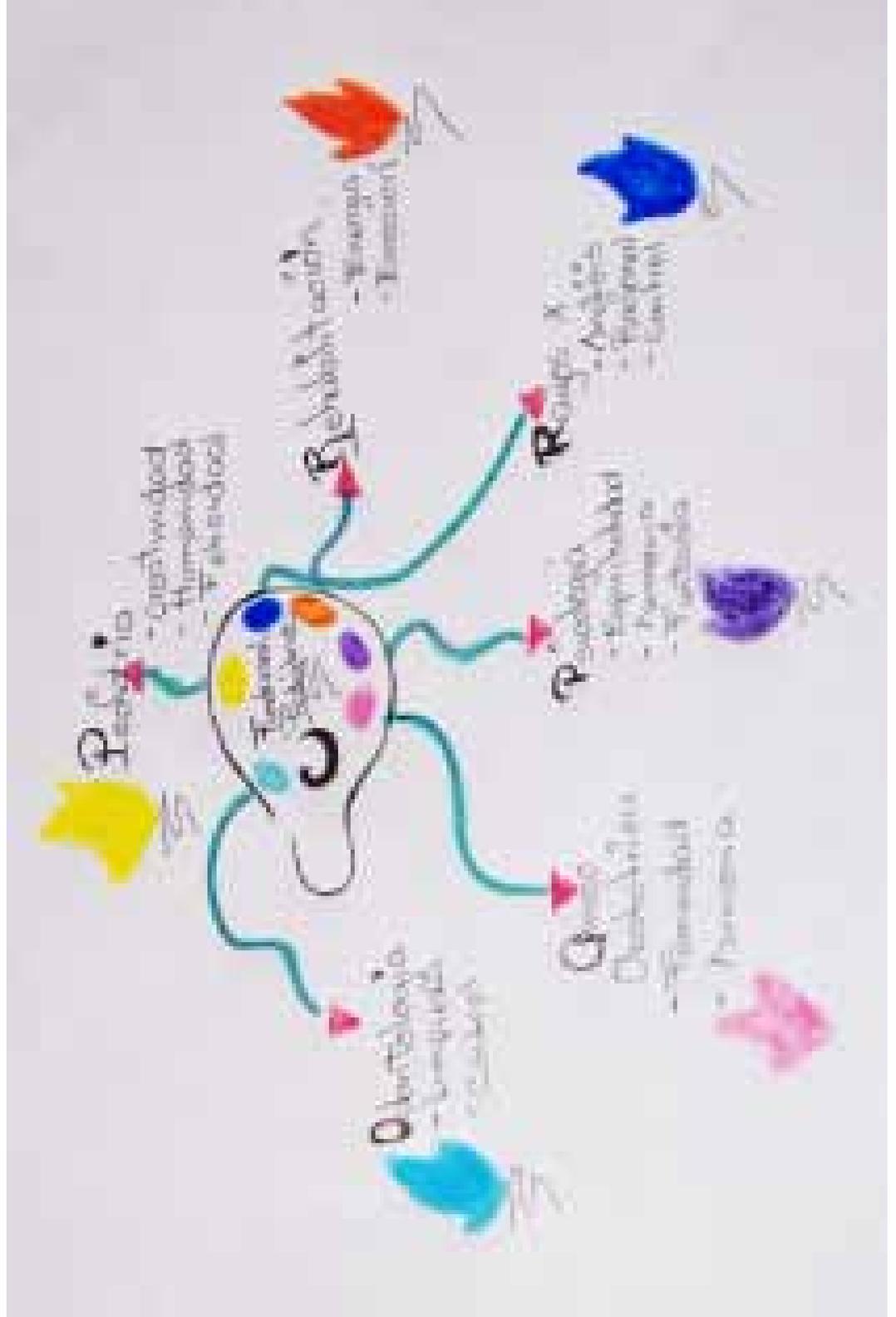
El rosa es un color emocionalmente relajado e influye en los sentimientos convirtiéndolos en amables, suaves y profundos.

Nos hace sentir cariño, amor y protección. También nos aleja de la soledad y nos convierte en personas sensibles.





Mapa Mental



Códigos de Diseño

Icónico

El proceso de la creación de los íconos que representarán a las unidades de Fundación se desprende básicamente del logotipo. Se emplearán figuras con trazos básicos y líneas curvas.



Lingüístico

Se determina un texto que se pueda apreciar tanto a distancias largas y cortas. La tipografía debe tener la característica de no ser ostentosa, ya que no es mucho tiempo el que se tiene para que los usuarios de la Fundación lo puedan apreciar.

Altas

A B C D E F G H I J K L M N Ñ
O P Q R S T U W X Y Z.

Bajas

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p
q r s t u v w x y z.

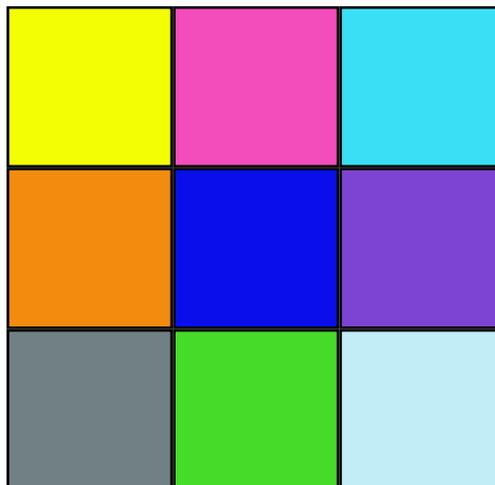
Números

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

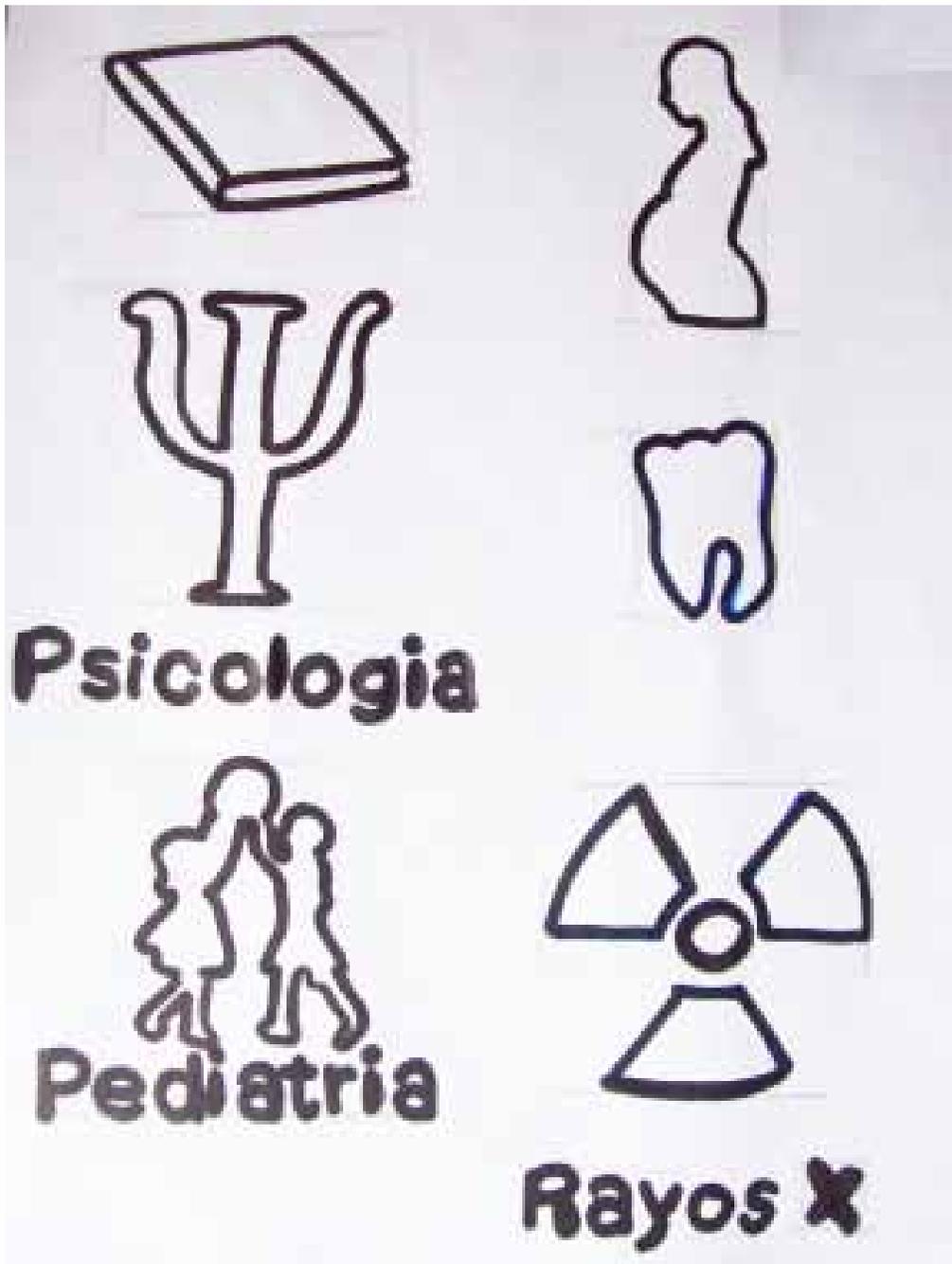
Arial Rounded MT Bold

Cromático

El código cromático es una parte fundamental para la elaboración de las peizas, puesto que el objetivo es anclar las diferentes unidades médicas con un COLOR que las represente y se identifique tanto psicológicamente como estéticamente.



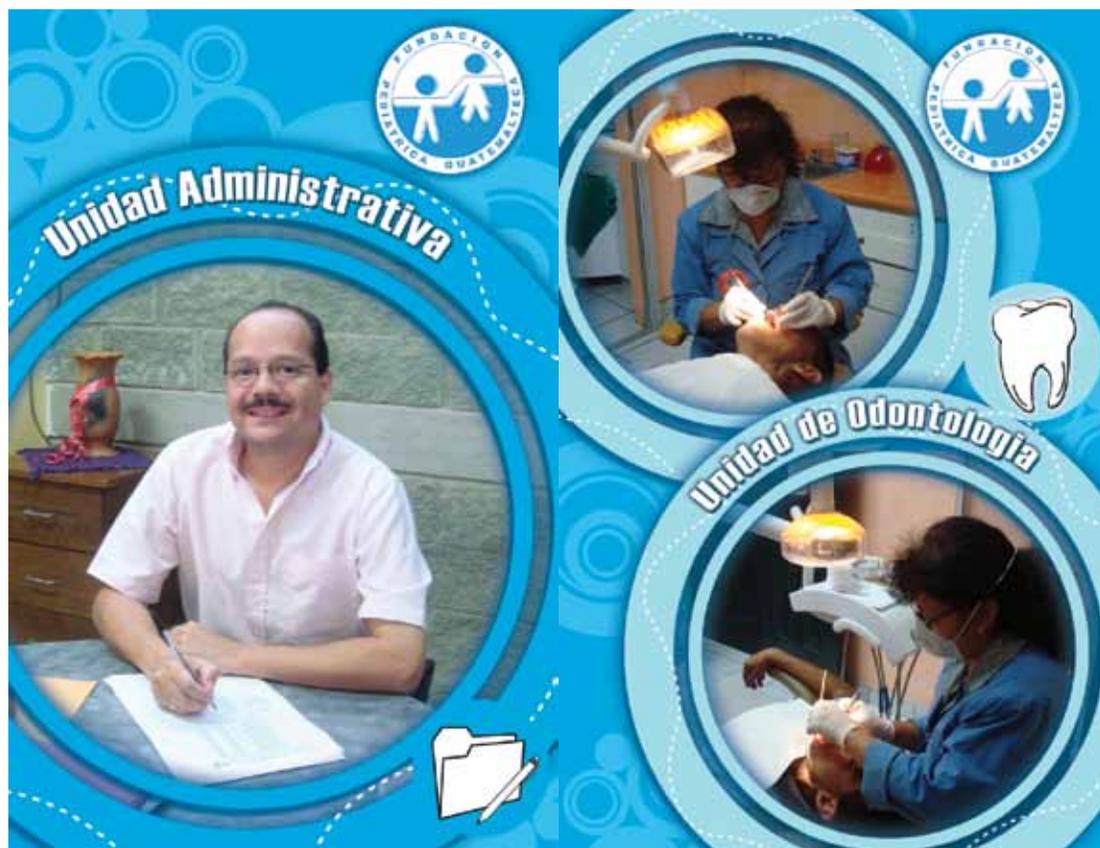
Proceso de Bocetaje Primer Nivel



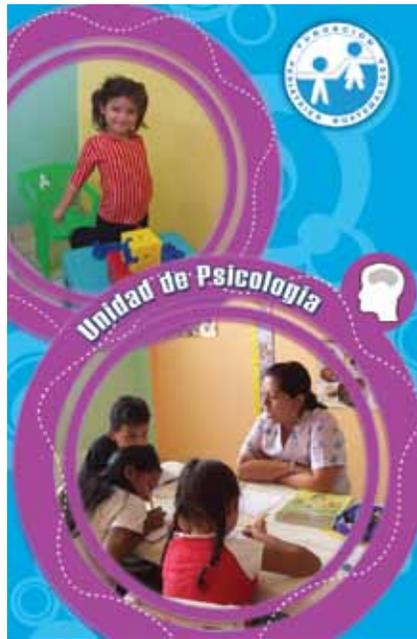
Segundo Nivel de Graficación

En este nivel ya se pueden observar de una manera más concreta las ideas anteriores, ya definiendo los colores y agregando las fotografías a cada una de las Unidades, así mismo es posible observar una tipografía que encaja de una manera factible a las piezas.

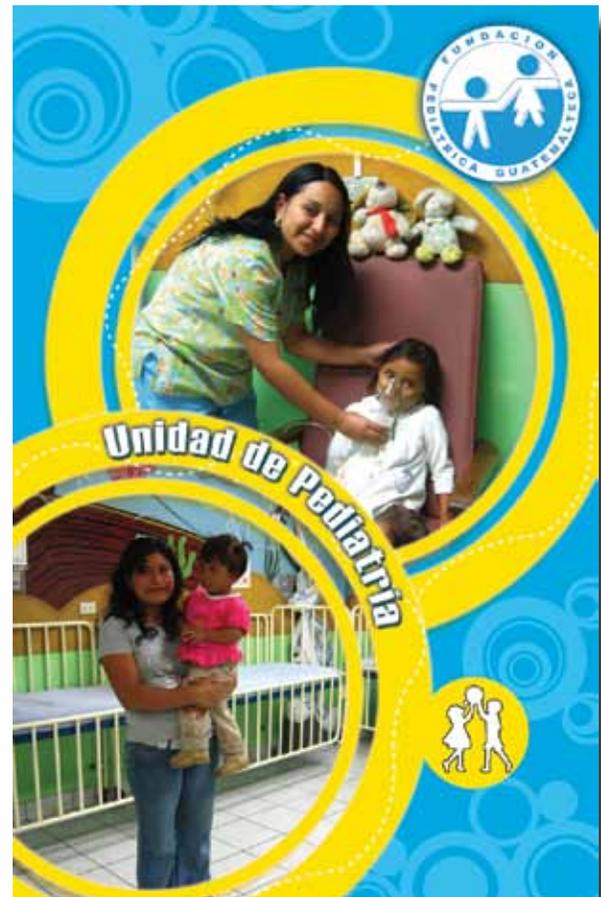
Afiches



Afiches



Se puede observar que dentro de cada una de las piezas gráficas se encuentra el logotipo de la Fundación, con el objetivo de lograr que la institución se vaya colocando dentro de la mente de los pacientes y lograr así que tengan presente que pueden adquirir servicios médicos de una manera más accesible.



Afiches

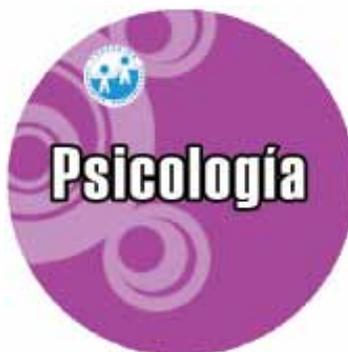


Uno de los elementos más importantes de los afiches son las fotografías, ya que juegan un papel muy importante, en ellas se refleja la actividad que cada uno de los médicos especialistas realizan dentro de la Fundación Pedriática.

En las piezas se empleó como fondo en común el color institucional, con el objetivo de mantener unidad en todo el recorrido visual de las diferentes piezas. Esto es de mucha ayuda, ya que uno de los objetivos primordiales es que el visitante de la Fundación logre distinguir cada una de las unidades médicas por el color que las identifica.



Botones Publicitarios



Los Botones son un instrumento con la función de lograr identificar a cada uno de los integrantes de cada unidad médica.

Los médicos, enfermeras, personal administrativo y técnico usarán los botones publicitarios. Como puede observarse cada uno de ellos continua con los colores que representan a cada unidad médica.

Rótulos PVC

Estos rótulos se colocarán en las diferentes unidades para obtener un mejor reconocimiento visual de las unidades médicas mediante la asociación de color. Así mismo se implementan también los diferentes íconos que hacen una referencia visual a la función de las diferentes áreas de Fundación Pediátrica Guatemalteca.



Rótulos PVC



Capítulo IV

Validación





Proceso de Validación

El objetivo de la validación de un proceso es demostrar la capacidad de proporcionar, de forma continuada y reproducible, productos homogéneos de acuerdo a unas especificaciones de calidad.

Para ello es imprescindible el conocimiento profundo del proceso, a fin de realizar un análisis de riesgos y detectar los puntos críticos que puedan incidir en la calidad del producto.

Dado que un proceso es la interacción controlada de componentes, equipos, entorno, procedimientos, software y personal, un requisito previo es la Calificación de las Instalaciones, Equipos y Sistemas informáticos que intervienen en el proceso.

La Encuesta

La encuesta es una técnica destinada a obtener datos de varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador. Para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a los sujetos, a fin de que las contesten igualmente por escrito. Ese listado se denomina cuestionario.

Es impersonal porque el cuestionario no lleva el nombre ni otra identificación de la persona que lo responde, ya que no interesan esos datos.

Es una técnica que se puede aplicar a sectores más amplios del universo, de manera mucho más económica que mediante entrevistas.

Varios autores llaman cuestionario a la técnica misma. Los mismos u otros, unen en un mismo concepto a la entrevista y al cuestionario, denominándolo encuesta, debido a que en los dos casos se trata de obtener datos de personas que tienen alguna relación con el problema que es materia de investigación.



Lugar: _____

Fecha: _____ Edad: _____

INSTRUCCIONES: Después de haber observado el material gráfico. Marque con una "X" la opción que le parezca más conveniente

1. Existe unidad gráfica entre las diferentes piezas.

Mucho Poco Nada

2. Es coherente la aplicación de los colores en las piezas según la psicología del color.

Mucho Poco Nada

3. Considera que existe congruencia entre todos los elementos que constituyen las piezas gráficas

Mucho Poco Nada

4. Considera que la tipografía empleada es legible y apropiada.

Mucho Poco Nada

5. Considera que las piezas manejan una estructura visual adecuada.

Mucho Poco Nada

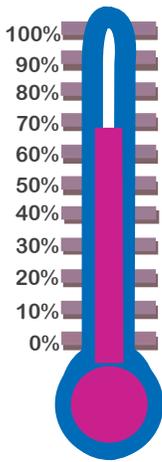


Validación

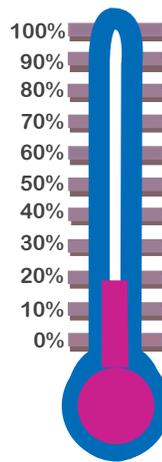


¿Considera que la tipografía empleada es legible y apropiada?

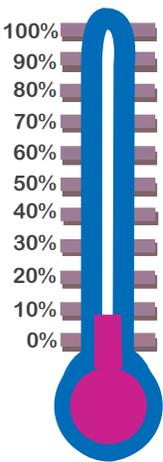
Se definió una tipografía legible a distancia, puesto que los pacientes de la Fundación los observan durante un corto periodo de tiempo.



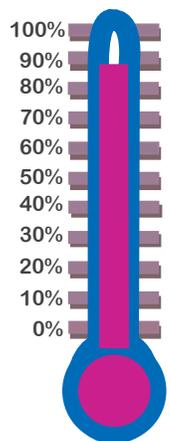
Mucho



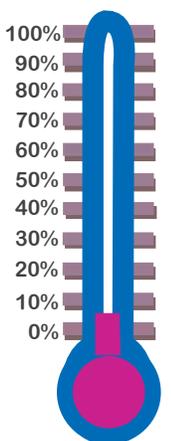
Poco



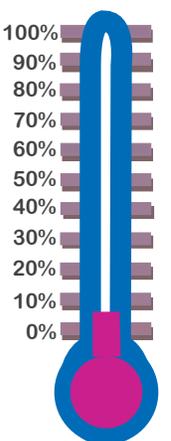
Nada



Mucho



Poco



Nada

¿Considera que las piezas manejan una estructura visual adecuada?

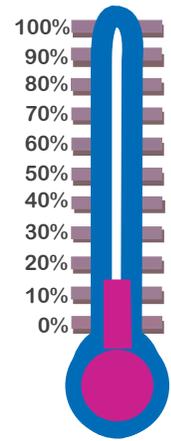
Las piezas contemplan una estructura que pretende se observe cada uno de los elementos en su grado individual de importancia.

¿Es coherente la aplicación de los colores en las piezas según la psicología del color?

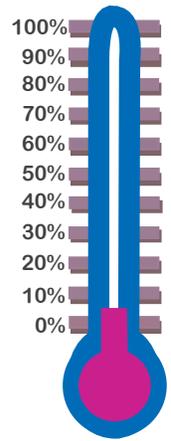
Cada uno de los colores se adapta a la función que desempeñan cada una de las unidades médicas.



Mucho



Poco



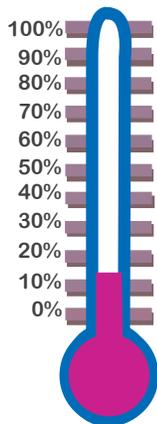
Nada



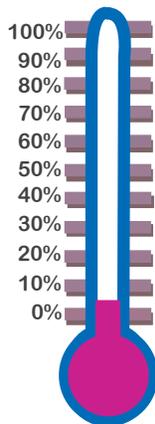
Validación



Mucho



Poco



Nada

¿Existe unidad gráfica entre las diferentes piezas?

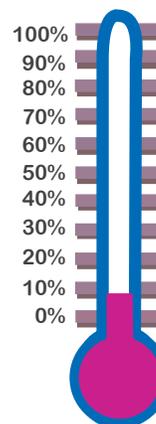
Existen elementos que se aplicaron por igual en todas las piezas para mantener la unidad.

¿Considera que existe congruencia entre todos los elementos que constituyen las piezas gráficas?

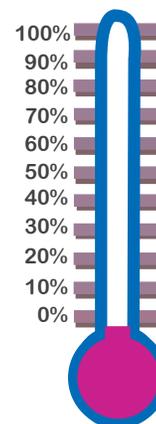
Las diferentes piezas mantienen una línea de diseño que las hace una propuesta unificada.



Mucho



Poco



Nada



Lugar: _____

Fecha: _____ Edad: _____

Instrucciones: Después de haber observado el material grafico. Marque con una "X" la opción que le parezca más conveniente

1. Considera usted que las fotografías son adecuadas a cada una de las unidades

SI NO

2. Los iconos mantienen relación con cada una de las unidades de fundación.

SI No

3. Considera que la letra es legible para los fines de orientación e información.

SI No

4. Cree usted que existe congruencia entre los colores, los iconos y las diferentes unidades.

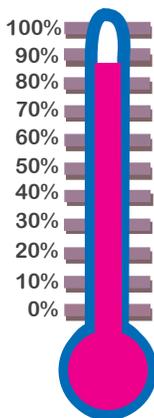
SI No

5. Cree usted que el material es apto para las expectativas de fundación pediátrica guatemalteca

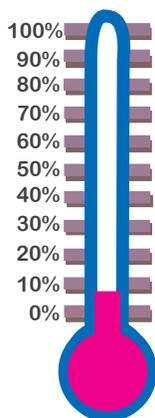
SI No



Validación



Sí



No

¿Considera usted que las fotografías son adecuadas a cada una de las unidades?

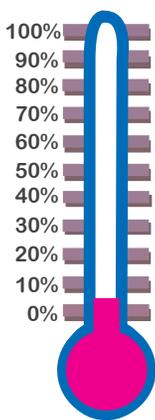
Las fotografías representan directamente la función de la Fundación, ya que se puede observar el trabajo que desempeñan los médicos.

¿Los íconos mantienen relación con cada una de las unidades de la Fundación?

Cada uno de los íconos fue diseñado para transmitir de una manera visual la función de las diferentes unidades médicas.



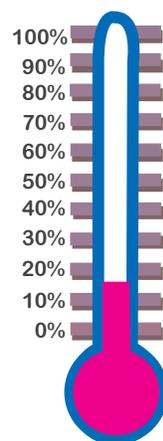
Sí



No



Sí



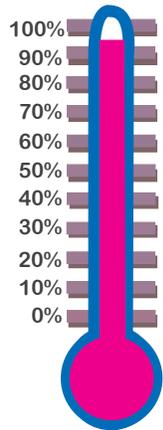
No

¿Considera que la letra es legible para los fines de orientación e información?

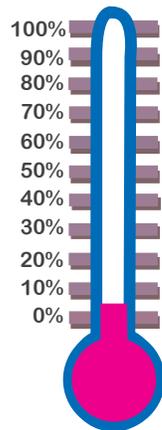
La tipografía es legible a distancia y transmite firmeza y seguridad.



Validación



Sí



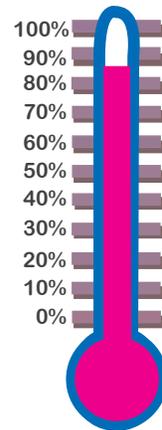
No

¿Cree usted que existe congruencia entre los colores, los iconos y las diferentes unidades?

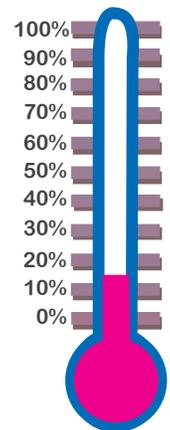
Los colores se adaptan muy bien a la interpretación psicológica que determina la función de las unidades médicas.

¿Cree usted que el material es apto para las expectativas de Fundación Pediátrica Guatemalteca?

Cumple a cabalidad la función informativa, que es el fin primordial y ayuda a la penetración de los iconos de las unidades.



Sí



No



Validación



Lugar: _____

Fecha: _____ Edad: _____

Instrucciones: Después de haber visto el material conteste según su opinión las siguientes preguntas, colocando una X dentro del cuadrado correspondiente a su respuesta.

Despiertan su interés las imágenes que se encuentran en los afiches.

Mucho Poco Nada

Corresponden las imágenes a la función de las unidades médicas a las que se refiere.

Mucho Poco Nada

Considera importante que la población se informe de los diferentes servicios que presta fundación pediátrica guatemalteca.

Mucho Poco Nada

Considera legible el texto correspondiente a cada una de las unidades.

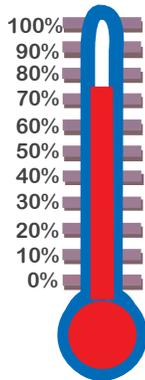
Mucho Poco Nada

Los afiches contribuyen a una mejor orientación dentro de las instalaciones de fundación pediátrica guatemalteca.

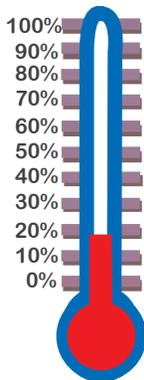
Mucho Poco Nada



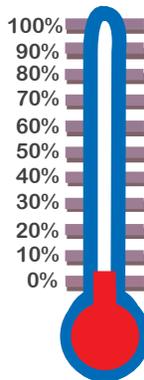
Validación



Mucho



Poco



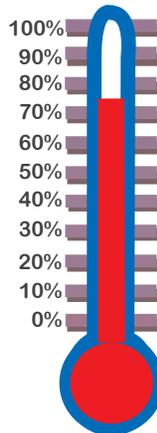
Nada

¿Despiertan su interés las imágenes que se encuentran en los afiches?

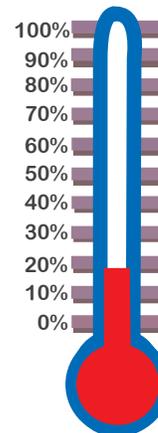
Se determinó que los colores son muy llamativos para los visitantes de Fundación Pediátrica.

¿Corresponden las imágenes a la función de las unidades médicas a las que se refiere?

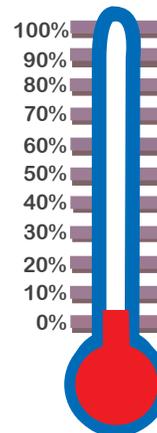
Cada una de las imágenes representan los momentos exactos en que los especialistas desempeñan su labor médica por lo que corresponden



Mucho



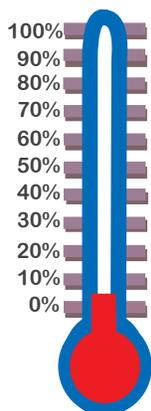
Poco



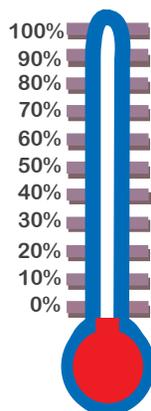
Nada



Mucho



Poco



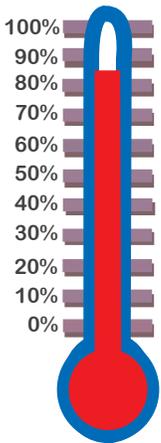
Nada

¿Considera importante que la población se informe de los diferentes servicios que presta la Fundación Pediátrica Guatemalteca?

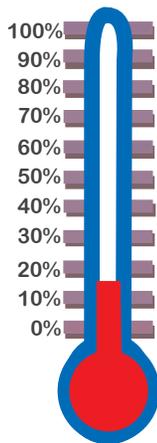
Definitivamente es importante puesto que la Fundación ofrece servicios importantes a la familia guatemalteca, además de ser más factibles económicamente.



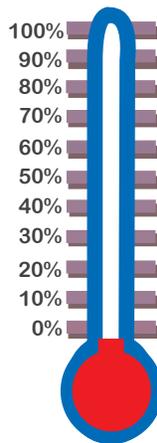
Validación



Mucho



Poco



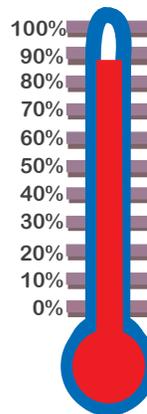
Nada

¿Considera legible el texto correspondiente a cada una de las unidades?

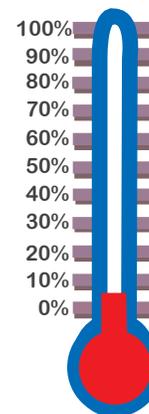
Se puede observar desde lejos y eso es importante, puesto que no todos se acercan al afiche con mucho tiempo para leer la información.

¿Los afiches contribuyen a una mejor orientación dentro de las instalaciones de Fundación Pediátrica Guatemalteca?

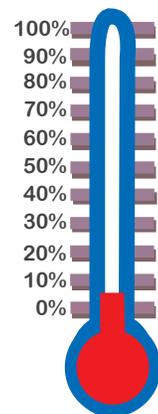
Los íconos ayudan mucho a saber en qué lugar se encuentran las unidades médicas y los botones orientan para determinar a quién se le deben hacer preguntas sobre determinada situación dentro de la Fundación Pediátrica Guatemalteca.



Mucho



Poco



Nada

Interpretación de Datos

La comprobación de la eficacia de la propuesta gráfica es un punto de suma importancia, puesto que de ella depende la verificación de los resultados y ver si realmente las propuestas responden a las necesidades del grupo objetivo. En este caso se empleó la técnica de la encuesta aplicada a tres grupos diferentes: GRUPO OBJETIVO; ESPECIALISTAS y DISEÑADORES GRÁFICOS. Las áreas dentro de las cuales se enfocan específicamente las preguntas son:

a. **Atracción**

Definir si las piezas son un impacto visual para el grupo objetivo y llaman su atención e interés.

b. **Aceptación**

Se define y comprueba si el contenido de las piezas es admisible y coherente para el grupo objetivo.

c. **Comprensión**

Se refiere a la claridad y legibilidad de los mensajes que se desean transmitir.

Se puede determinar en base a las gráficas de barras el porcentaje negativo y positivo de cada uno de los cuestionamientos planteados al grupo objetivo, se puede observar que la mayoría de los participantes en las encuestas demostró un interés positivo ante las diferentes propuestas y mostró interés en obtener conocimiento sobre las diferentes Unidades de Fundación Pediátrica.

Capítulo V

Propuesta Gráfica Final

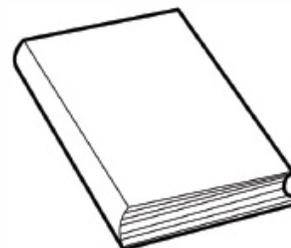
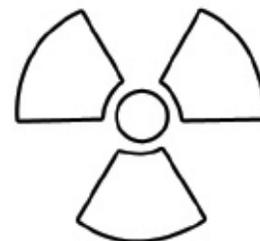
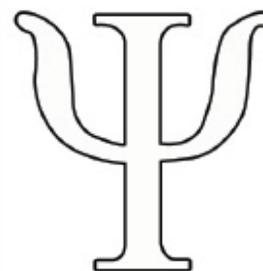


Elementos Icónicos

Se emplearán fotografías tomadas en las instalaciones de Fundación Pediátrica, donde es posible observar al personal en sus diferentes actividades diarias y a las personas que solicitan de los servicios de la Fundación .

Se modificarán algunos caracteres de las fotografías, y se le dará la forma más adecuada para poder ser trabajadas dentro del formato de diseño.

Se define cada uno de los íconos que se emplearán dentro de las piezas gráficas, tanto afiches como rótulos PVC. Los íconos ya fueron modificados para llevarlos a un grado de simpleza en cuanto a sus trazos , con el objetivo de que sea fácil asimilarlos para el receptor, que en este caso son los visitantes de Fundación Pediatría.



Elementos Icónicos



Al mismo tiempo se determina que una forma circular es la más indicada, puesto que tiene relación con los procesos de continuidad del lugar y el seguimiento de las terapias, además por la forma que tiene se adapta de una manera estética y uniforme a la manera en que se tratarán las piezas gráficas.



Elementos Icónicos



Elementos Icónicos

Se puede observar el cariño y el carisma que tiene el personal médico, el modo de trato hacia los pacientes fue condesendiente en todo momento.



Elementos Icónicos

Estas fotografías fueron tomadas dentro de las instalaciones de Fundación Pediátrica Guatemalteca, en ellas se puede observar la ardua labor que tienen cada una de las personas que laboran en la institución.



Elementos Lingüísticos

Con el objetivo de tener un vínculo con la Fundación mediante una frase que unifique la Misión para las familias guatemaltecas, se determina un slogan que englose las funciones primordiales de la institución y respalda el compromiso que asumieron desde el momento en que las puertas fueron abiertas al público guatemalteco.

También se puede observar que la institución cuenta con programas que promueven campañas de salud a nivel departamental y en el exterior del país, así que son un ente promotor de salud y desarrollo para las familias guatemaltecas.

“Salud y desarrollo para ti y tu Familia”



Elementos Tipográficos

Se empleó una fuente tipográfica **Arial Rounded MT Bold**, porque tiene la consistencia necesaria para ser legible a distancia y el peso que necesita para dar el toque formal y concreto al mensaje que se desea transmitir.

Rayos X
Pediatría
Psicología
Odontología
Rehabilitación
Administrativa
Gineco-Obstetricia
Arial Rounded MT Bold

Elementos Cromáticos



C= 33 M=11 Y=2 K=0
R= 0 G= 167 B= 224



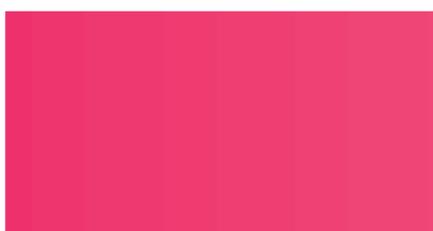
2 M=7 Y=100 K=0
153 G= 224 B= 0



C= 47 M=6 Y=1 K=0
R= 126 G= 198 B= 235



2 M=4 Y=56 K=0
254 G= 234 B= 138



C= 0 M=94 Y=35 K=0
R= 238 G= 50 B= 110



37 M=86 Y=0 K=0
167 G= 72 B= 155



C= 0 M=53 Y=20 K=0
R= 245 G= 147 B= 162

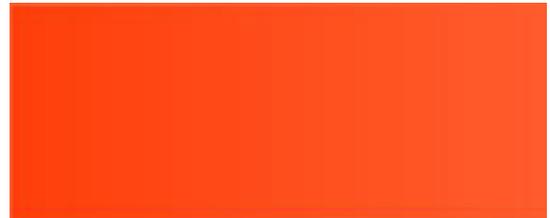


21 M=48 Y=0 K=0
197 G= 145 B= 193





C= 100 M=91 Y=3 K=2
R= 36 G= 60 B= 146



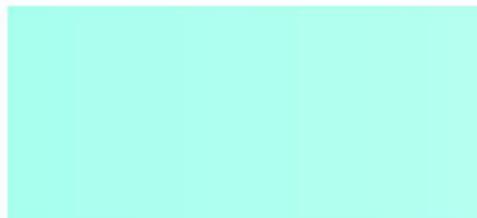
C= 0 M=75 Y=96 K=0
R= 242 G= 101 B= 38



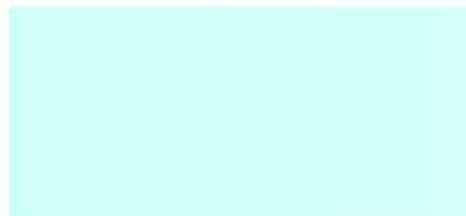
C= 56 M=51 Y=2 K=1
R= 122 G= 124 B= 188



C= 0 M=75 Y=96 K=0
R= 249 G= 164 B= 120



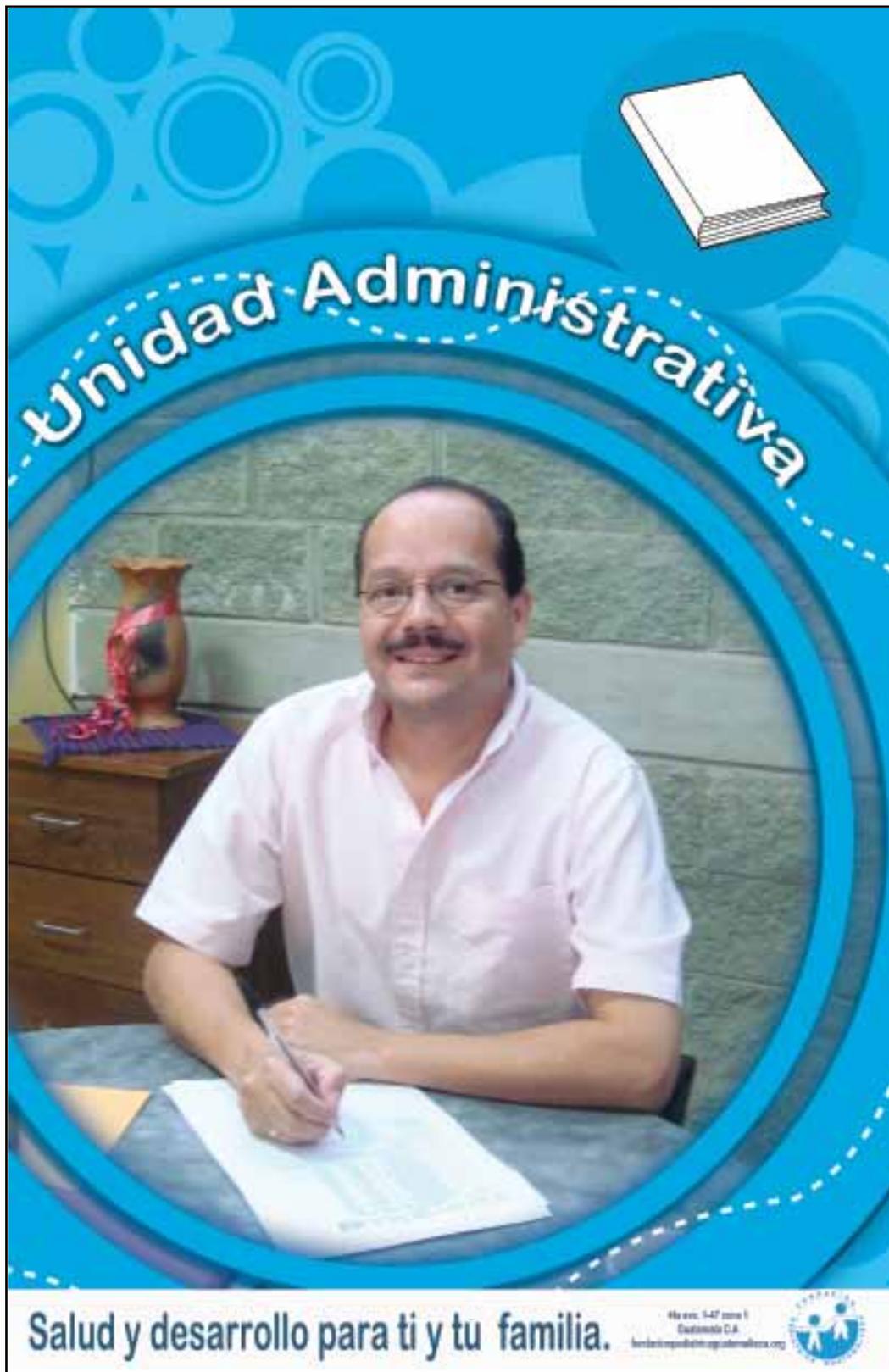
C= 34 M=0 Y=7 K=0
R= 162 G= 220 B= 233



C= 19 M=0 Y=4 K=0
R= 202 G= 234 B= 241



Afiches

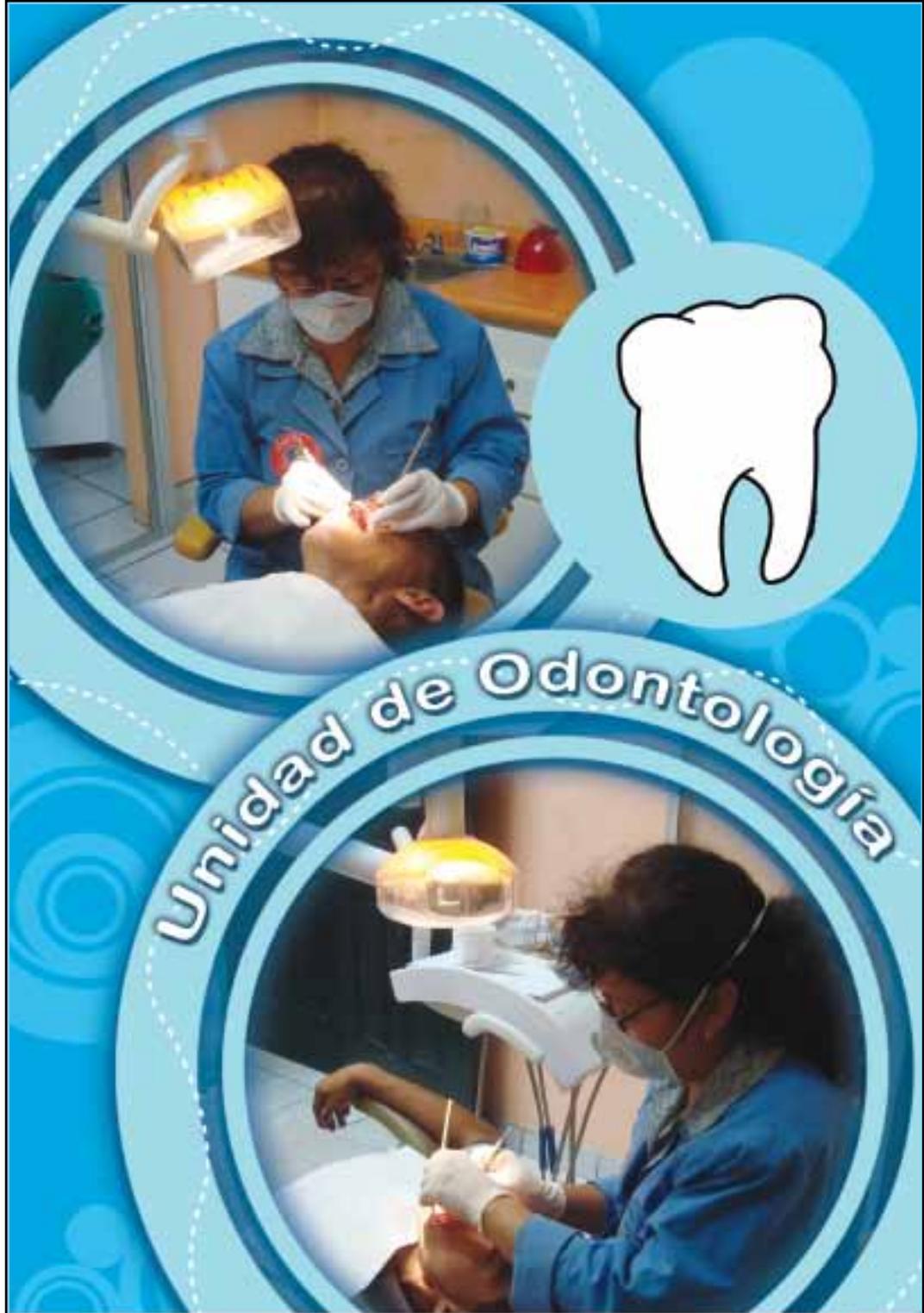


Unidad Administrativa

Salud y desarrollo para ti y tu familia.

Me avoc. 1-47 zona 1
Cajalí, C.A.
www.municipalidaddecajalí.com





Salud y desarrollo para ti y tu familia.

4to. av. 1-47 pas 1
Guatemala, C.A.
FundacionSaludCajaltemeco.org



Unidad de Pediatría



Salud y desarrollo para ti y tu familia.

Ed. no. 1472001
Guatemala CA
infancia pediatrica quetzaltenango.org

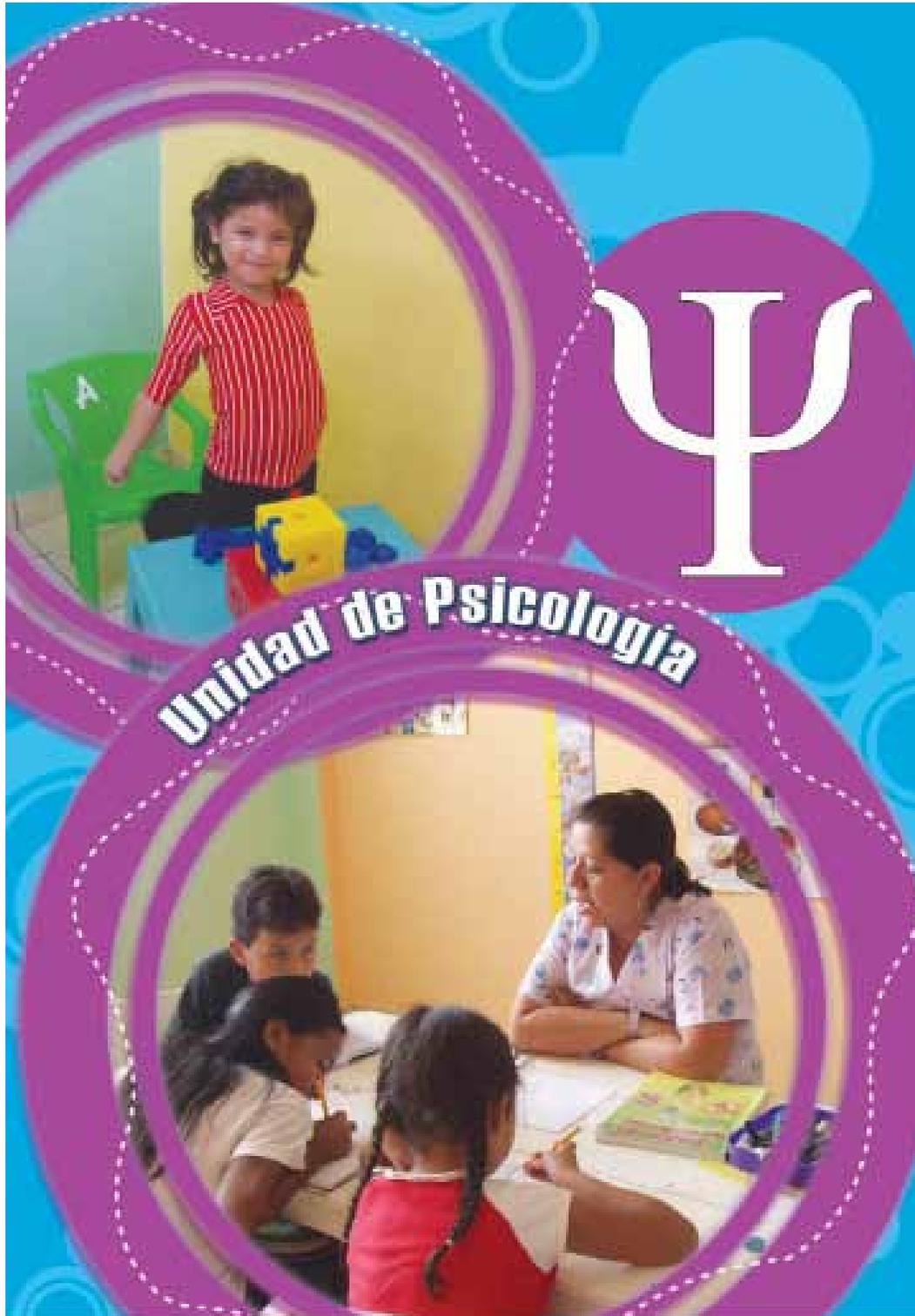




Unidad de Rehabilitación

Salud y desarrollo para ti y tu familia.

46 av. 1-67 zona 1
Guatemala C.A.
www.unidadde Rehabilitacion.com.gt



Unidad de Psicología

Salud y desarrollo para ti y tu familia.

Desde 1921 por ti
Instituto C.A.
psicologia.institutoquimica.org



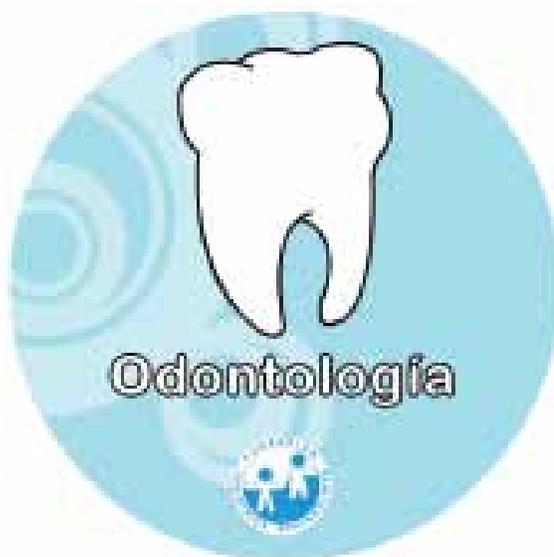


Salud y desarrollo para ti y tu familia.

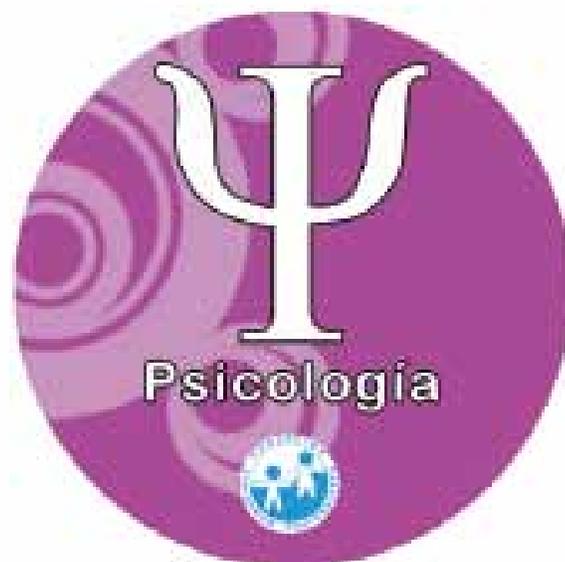
Atención 1-47 años
Guatemala C.A.
Analicen y actúen en conjunto con nosotros



Botones Publicitarios



Botones Publicitarios



Rótulos PVC





Resultados

Después de realizar los cambios que se determinaron convenientes mediante el proceso de validación, se llegó a los resultados gráficos que se pueden observar.

Cada una de las piezas fue diseñada con un color representativo psicológicamente para la unidad médica correspondiente, cumpliendo las características, tanto de ser llamativa como relativa a la labor. También se colocaron y modificaron los íconos correspondientes que tienen como función ubicar a los visitantes dentro de la Fundación.

Los botones publicitarios llevan tanto el color como el nombre de la unidad a la cual representan, y serán portados por los trabajadores de la misma, así la orientación visual de los visitantes está relacionada tanto con los afiches, los rótulos y los botones publicitarios.

En conclusión, las piezas tienen como función dar a conocer todas las unidades médicas dentro de la Fundación y lograr adoptar una nueva imagen visual que sea funcional tanto por los colores representativos y los íconos.

Especificaciones

Medio	Cuándo	Dónde	Costo
Afiche	Junio 2011	Dentro de las instalaciones de el hospital de Fundación, el centro de Psicología y Oficinas Centrales.	100 afiches full color varniz UV de 12 x 17 pulgadas con un costo unitario de Q.15.00 con un total de Q1,500.00
Rótulo PVC	Junio 2011	Dentro de las instalaciones de Fundación pediátrica, específicamente en la puerta principal de cada una de las Unidades Médicas.	7 Rótulos en PVC 17 x 8 Pulgadas Valor Unitario Q. 50.00 Costo Total Q.350.00
Botones Públcitarios	Junio 2011	Los portaran los Profesionales de cada una de las Unidades Medicas como distintivo.	300 Botones Publicitarios Valor Unitario Q.5.00 Costo Total 1,500.00



Especificaciones

60 Afiches Full color. Impresión

Tamaño: 11 x 17 Pulgadas

Laser.

Barniz UV

Los afiches deben de ser colocados dentro de la institución para evitar el deterioro de los mismos, aun así el Barniz los hace más resistentes a las inclemencias del tiempo por si son colocados en el exterior.

Q.18.00 c/u

Q. 1,080



Especificaciones

14 Rótulos PVC

Tamaño 15 x 6 Pulgadas

Los Rótulos deben de ser colocados en las puertas que dan paso a las diferentes unidades médicas, en la puerta de entrada y en la cartelera de señalética para lograr dar mayor realce a la institución.

Q.48.00 c/u

Q. 672



Especificaciones

100 Botones Púbcitaros

Tamaño: 2 pulgadas de Diametro

Los Botones Púbcitaros serán portados por el personal de Fundación Pediátrica Guatemalteca.

Q.5.00 c/u

Q. 500

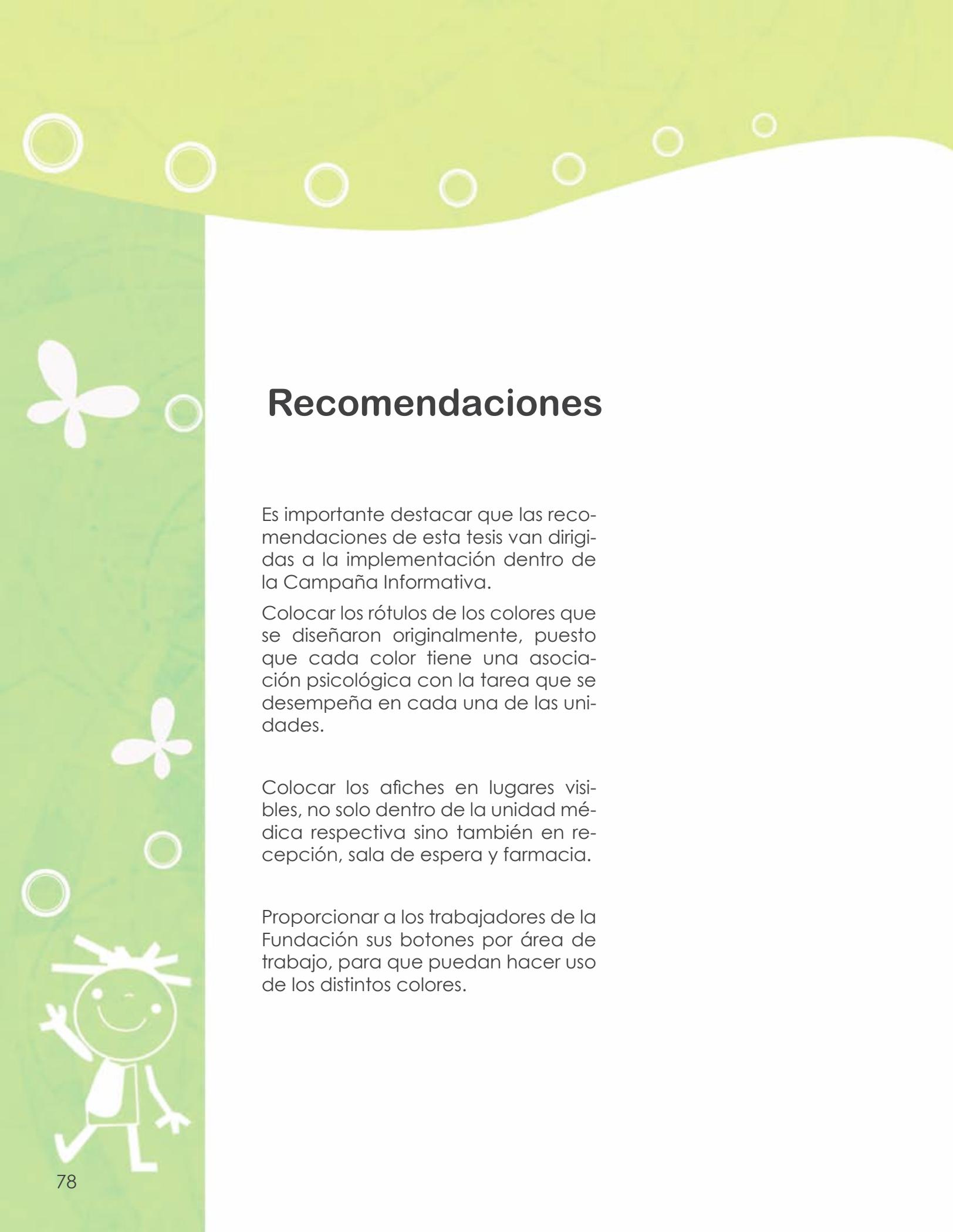


Conclusiones

De la presente investigación se desprenden una serie de conclusiones relevantes para comprender la importancia de una campaña informativa a nivel departamental, también para valorar y aprovechar de una manera conveniente el recurso en cuanto a salud familiar que presta la Fundación Pediátrica Guatemalteca, con el único fin de servir a la población y transmitir una cultura en donde le dé más prioridad a un factor tan importante y delicado como lo es la Salud.

Todo esto se logrará mediante la identificación de las unidades médicas con la metodología de implementar colores que sean referenciales a cada una y su función para dar una mejor atención. Una de las conclusiones más concretas es que los guatemaltecos estén informados y procedan a dar un uso correcto de cada una de las unidades médicas que se encuentran a su servicio.





Recomendaciones

Es importante destacar que las recomendaciones de esta tesis van dirigidas a la implementación dentro de la Campaña Informativa.

Colocar los rótulos de los colores que se diseñaron originalmente, puesto que cada color tiene una asociación psicológica con la tarea que se desempeña en cada una de las unidades.

Colocar los afiches en lugares visibles, no solo dentro de la unidad médica respectiva sino también en recepción, sala de espera y farmacia.

Proporcionar a los trabajadores de la Fundación sus botones por área de trabajo, para que puedan hacer uso de los distintos colores.

Anexos



Glosario

Boceto

Un boceto o esbozo es un dibujo hecho de forma esquemática y sin preocuparse de los detalles o terminaciones para representar una idea, un lugar, una persona, un aparato o cualquier cosa en general.

CMYK

CMYK es un acrónimo del inglés Cyan, Magenta, Yellow and Black (cian, magenta, amarillo y negro), los cuatro colores del juego de tintas utilizado por muchas impresoras de calidad fotográfica.

Diseño

Llamamos diseño al proceso de disponer, estructurar y conformar un objeto o conjunto de información para que cumpla un cometido conforme a los medios disponibles para cumplirlo.

Gama de Colores

Se llama "gama de colores" a la cantidad de matices distintos de color que pueden reproducirse mediante un determinado proceso o dispositivo.

Icono

La palabra "icono" proviene del griego eikon, que significa parecido o semejanza. Se considera que la imagen es sagrada y que ayuda a establecer contacto con la figura que representa. Un icono es, por tanto, una representación pictórica de un santo o de otra figura sagrada, especialmente en la Iglesia de Oriente.

Imagen

Si se forma sobre una superficie física, como una pantalla de enfoque, se habla de imagen real. Cuando se forma en un plano del espacio y no en una superficie física se llama imagen aérea. Y cuando no puede proyectarse en una pantalla se habla de imagen virtual. Es la representación gráfica de un objeto.

Pediatría

La pediatría es la especialidad médica que estudia al niño y sus enfermedades. El término procede del griego paidos (niño) y iatreia (curación), pero su contenido es mucho mayor que la curación de las enfermedades de los niños, ya que la pediatría estudia tanto al niño sano como al enfermo.

Psicología del Color

Los colores que tienen una mayor potencia de excitación son rojo, rojo-naranja y naranja, los más tranquilos, los azules y azules verdes o violáceos. Un azul turquesa es algo más inquieto que un azul ultramar, por la intervención en el primero del amarillo y en el segundo del azul, que lo hace derivar al violeta. Los colores más sedantes y confortables en decoración son los verdes, azules claros y violetas claros, los matices crema, marfil, beige, gamuza, y otros de cualidad cálida, son alegres, y tienen cierta acción estimulante, pero tanto unos como otros, deben ser usados en áreas amplias y adecuadamente.

Promover

Fomentar la realización o desarrollo de una cosa.

Óptica

La óptica es la parte de la física que estudia las leyes y fenómenos relacionados con la luz.

Ortodoncia

La ortodoncia es la ciencia que estudia la prevención, diagnóstico y tratamiento de las anomalías de forma, posición, relación y función de las estructuras dentomaxilofaciales; siendo su ejercicio el arte de prevenir, diagnosticar y corregir sus posibles alteraciones y mantenerlas dentro de un estado óptimo de salud y armonía, mediante el uso y control de diferentes tipos de fuerzas.

RGB

RGB son las siglas del inglés Red, Green, Blue (rojo, verde, azul). El ojo humano, las cámaras digitales y muchos otros dispositivos son sensibles a estos tres colores.



Salud

Es el estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de infecciones o enfermedades.

Tipografía

La tipografía es un sistema de impresión en el que los tipos y grabados que se van a imprimir están en relieve, por lo que, una vez se les ha aplicado la tinta, se presionan directamente sobre el papel, transfiriéndole la tinta. La impresión se realiza, pues, mediante presión o contacto.

Bibliografía

Libros consultados

Smith, Stan 1983	Dibujar y Bocetear Madrid
Perez, Ismael Diego 1967	Introducción a la Psicología Edit. Fernández México
Mulherin, Jenny 1990	Técnicas de Investigación Barcelona
Porter, Tom 1983	Manual de Técnicas Gráficas para Diseñadores Barcelona
De Grand, Luiguina 1995	Teoría y Uso del Color Ediciones Catedra Verona
Hayten, Peter J. 1995	El color en la Publicidad y Artes Gráficas España

Páginas de Internet consultadas

<http://www.adandesign.com/AdanE/diccio.html>
<http://www.fundacionpediatrica.org/>
www.pediatria24.com
www.cidh.org/.../Guatemala2003sp/capitulo6.htm





Imprímase

Arq. Carlos Enrique Valladares Cerezo
DECANO de la Facultad de Arquitectura

Licenciado Fernando Fuentes
Asesor Metodológico

Lidia Crisitna Villalta Rodas
Sustentante
Carné: 200410651

